

2014-2020年中国汽车服务 市场调研与发展前景研究报告

报告目录及图表目录

北京迪索共研咨询有限公司

www.cction.com

一、报告报价

《2014-2020年中国汽车服务市场调研与发展前景研究报告》信息及时，资料详实，指导性强，具有独家，独到，独特的优势。旨在帮助客户掌握区域经济趋势，获得优质客户信息，准确、全面、迅速了解目前行业发展动向，从而提升工作效率和效果，是把握企业战略发展定位不可或缺的重要决策依据。

官方网站浏览地址：<http://www.cction.com/report/201405/104905.html>

报告价格：纸介版8000元 电子版8000元 纸介+电子8500元

北京迪索共研咨询有限公司

订购电话: 400-700-9228(免长话费) 010-69365838

海外报告销售: 010-69365838

Email: kefu@gonyn.com

联系人：李经理

特别说明：本PDF目录为计算机程序生成，格式美观性可能有欠缺；实际报告排版规则、美观。

二、说明、目录、图表目录

汽车服务业包括汽车售前、售中、售后三方面的服务。以轿车为例，所谓售前服务是指产品开发、设计、质量控制与市场调查等成品出厂前的服务；售中服务是指促成销售的服务，包括销售咨询、广告宣传、贷款与保险资讯等服务；售后服务是指整车出售及其后与轿车使用相关的服务，包括维修保养、车内装饰(或改装)、金融服务、事故保险、索赔咨询、旧车转让、废车回收、事故救援、市场调查与信息反馈等内容。

随着中国汽车市场的日趋成熟，“售后服务”越来越被企业重视。中国售后服务发展速度并没有与市场的快速成长相匹配，反而在一定程度上制约了中国汽车行业的发展，削弱了中国汽车的竞争力。在“微增长”时代下服务显得十分重要，不应只看到产销，更应重视汽车后市场。

我国汽车后市场发展空间巨大，有业内人士曾以“3000亿元市场规模、40%利润率”来概括未来几年的中国汽车售后服务市场。一辆新车购买两三年后，车辆保养将成为车主的主要消费。另外随着私家车主年轻化，他们对车辆的个性需求越来越多，对汽车内饰从材质到样式的要求也越来越高，这是未来汽车后市场发展的一个巨大商机。另外，目前的汽车租赁、融资租赁、汽车用品、车载信息、汽车文化等方面发展都不成熟，有很大的发展空间。

从目前汽车市场的销售情况来看，汽车销售利润重点已经从前期转移到后期维护，有70%的利润是从售后服务中获得的。汽车消费市场、汽车维修保养市场和汽车保险市场，在中国加入世界贸易组织两三年后正处于转型时期，因此这也正是市场重新分割，抢占市场，抢占客户的最佳时机。对行业来讲，扩充自己的势力范围永远都是很重要的，汽车服务业也不例外。进一步增加自己的业务种类不断扩充市场是共同的发展目标。

预计到2017年，中国的维修保养产值将达8000亿元。另外，目前国内已经呈现了售后服务市场的全面发展态势，多种业态已出现。值得关注的是，国际性品牌、国际性售后服务品牌开始全面进入中国。随着用户的用车经验日趋丰富，消费重点发生重大转变，这都会导致未来中国的售后服务市场出现几个变化：一是多元化的问题，因为中国消费者是非常多元的，中国经济、结构多元化，消费结构非常多元化；另外是新的格局，以4S店为核心的格局发生重大转变，之后，每一个出现的模式都在抢占自己的市场，希望抢到市场，并且在未来能够巩固和发展。

本报告主要依据国家统计局、国家发改委、国务院发展研究中心、国家商务部、国家海关总署、中国汽车工业协会、《中国汽车报》、国内外相关刊物的基础信息以及汽车服务行业研究单位等公布和提供的大量资料，结合深入的市场调查资料，对中国汽车服务行业的发展

情况、主要细分行业、竞争格局、发展环境等进行了分析及预测，并对未来汽车服务行业发展的整体环境及发展趋势进行探讨和研判，最后在前面大量分析、预测的基础上，研究了汽车服务行业今后的发展与投资策略，为汽车服务企业在激烈的市场竞争中洞察先机，根据市场需求及时调整经营策略，为战略投资者选择恰当的投资时机和公司领导层做战略规划提供了准确的市场情报信息及科学的决策依据，同时对银行信贷部门也具有极大的参考价值。

【 目 录 】

第一部分 行业发展分析

第一章汽车服务业基本概述 1

第一节汽车服务业的内涵 1

一、汽车服务业的定义 1

二、汽车售后服务市场介绍 1

第二节汽车服务业的分类 1

一、汽车分销 1

二、汽车维修和保养 4

三、汽车装饰和美容 5

四、汽车信贷 6

五、汽车保险 6

六、汽车二手车交易和回收 12

七、停车场 14

八、汽车驾驶培训 16

第三节汽车服务业的行业技术经济特点 16

一、汽车产业链长 16

二、汽车服务的可持续性 17

三、汽车业信息中心 17

第四节汽车服务业的地位与作用分析 17

一、汽车服务业与汽车制造业 17

二、汽车服务业与国民经济其他活动 18

第二章汽车服务业宏观环境分析 19

第一节我国宏观经济运行分析 19

一、2013年宏观经济形势分析及展望	19
二、“十二五”中后期我国经济增长潜力分析	31
第二节我国汽车服务业发展制度与政策环境	41
一、行业管理体制	41
二、汽车服务业外资进入政策	45
第三章汽车服务业发展分析	47
第一节 2012-2013年我国汽车服务业发展分析	47
一、我国汽车售后服务将进入繁荣期	47
二、2012中国汽车品牌售后服务满意度调查揭晓	48
三、2013年中国汽车售后服务市场分析	49
四、2013年售后服务成汽车消费者关注焦点	50
五、2013年中国汽车售后服务满意度调查	52
第二节我国汽车服务业的模式分析	56
一、中国汽车服务业盈利模式	56
二、汽车服务后营销时代“差异化”售后服务	58
三、汽车后市场出现服务集群模式	59
第三节中国汽车售后市场经营现状分析	60
一、中国汽车售后市场养护业连锁经营分析	60
二、中国汽车售后市场养护业连锁经营优劣势	61
三、国内外的汽车售后市场企业竞争分析	62
四、汽车销售服务策略分析	63
第四节汽车服务人才需求分析	65
一、汽车服务人才现状	65
二、汽车服务人才概念界定	66
三、汽车服务人才需求种类	66
四、汽车服务人才需求特点	69
第二部分 细分行业分析	
第四章汽车行业发展分析	72
第一节世界汽车行业发展概况	72
一、2012年全球十大汽车生产国汽车产量及其变化	72

二、2012年全球各地区及市场汽车销量变化	75
三、2012年全球电动汽车的市场分析	77
四、2013年全球各国汽车市场销量	80
第二节 2012年我国汽车工业经济运行分析	84
一、2012年我国汽车工业产销分析	84
二、乘用车产销及市场份额	85
三、2012年商用车产销分析	87
四、2012年汽车出口分析	89
五、2012年重点企业市场集中度	90
六、2012年新能源汽车产销分析	91
七、2012年行业经济效益分析	91
第三节 2013年我国汽车工业经济运行分析	92
一、2013年我国汽车工业产销分析	93
二、2013年我国乘用车产销分析	93
三、2013年我国商用车产销分析	93
四、2013年中国品牌乘用车市场份额	94
五、2013年汽车出口分析	94
六、2013年汽车市场集中度分析	95
七、2013年汽车企业经济效益分析	96
第四节 2013年汽车工业经济发展预测	96
一、汽车行业供求预测	96
（一）乘用车预测	97
（二）商用车预测	98
二、行业成本和价格预测	99
三、行业进出口预测	100
四、行业绩效预测	102
第五节 2013-2020年中国汽车市场发展趋势与预测	104
一、“十二五”我国汽车工业面临的形势	104
二、“十二五”我国汽车工业发展的总体要求和主要任务	105
三、《十二五汽车产业发展规划》目标	108
四、十二五各省市汽车产业发展规划	108
五、2020年中国汽车产业发展展望	111

第五章汽车分销业发展分析	114
第一节我国汽车市场分销渠道模式	114
一、品牌专营是轿车市场的主流渠道模式	114
二、购买汽车的主要场所分析	114
三、汽车工业园区是有形市场新的发展方向	115
四、汽车行业开辟网络购车新渠道	116
五、2013年北京汽车的渠道创新	117
六、汽车营销渠道优化分析	120
第二节汽车分销业的发展模式及策略	122
一、中国汽车主要分销模式	122
二、汽车分销渠道的优化策略分析	124
三、汽车市场分销渠道模式的建议	125
四、汽车4S店营销策略分析	126
第三节汽车分销服务业的发展趋势	130
一、汽车分销业的发展趋势	130
二、汽车销售渠道下沉趋势	131
第六章汽车维修保养业发展分析	137
第一节中国汽车维修行业发展分析	137
一、汽车保修设备市场的推动力及发展潜力	137
二、影响传统汽车维修设备发展的因素	137
三、传统汽车维修设备进入微利时代	137
四、汽车美容养护行业发展分析	138
五、传统维修设备企业需调整经营策略	140
六、规范汽车维修市场策略分析	142
七、中国汽车维修保养行业展现新特点	143
第二节 2013年汽车“三包”对汽车维修业的影响分析	144
一、汽车“三包”政策出台背景	144
二、“三包”实施后汽车维修业面临问题分析	145
三、针对“三包”政策维修业可采取的措施和方法	146
四、总结	147

第三节我国汽车维修与检测行业目前存在的问题及对策	147
一、我国汽车维修与检测行业存在的问题	148
二、对汽车维修与检测行业存在问题的对策	149
第四节我国汽车维修、检测业的发展趋势	151
一、我国汽车维修、检测行业发展中存在的问题	151
二、我国汽车维修、检测的行业发展趋势研究	152
第五节提升汽车维修行业客户满意度的途径	154
一、影响“满意度”的关键因素	154
二、对汽车维修企业提出几点意见	156
三、结论	157
 第七章汽车金融服务业发展分析	159
第一节我国汽车金融服务业发展分析	159
一、汽车金融服务业概述	159
二、我国汽车金融服务业发展现状	159
三、我国汽车批发金融市场现状及展望	164
四、我国汽车消费金融市场现状及展望	167
第二节 2013年汽车金融服务业的发展分析	172
一、2013年汽车金融公司发展分析	172
二、2013年我国汽车金融潜力巨大	173
三、2013年大众汽车金融下沉三四线	175
四、2013年自主品牌汽车金融发展迎新格局	177
五、2013年强化汽车金融业务成为各大车企比拼新利器	178
六、未来十年中国汽车金融市场余额将超万亿元	179
第三节我国汽车金融服务发展及对策分析	180
一、金融服务的必要性分析	180
二、2013年发展汽车金融服务的障碍	180
三、汽车金融服务发展的对策	182
第四节我国汽车金融服务发展策略分析	185
一、我国汽车金融服务特点分析	185
二、发展我国汽车金融服务的策略及建议	188
第五节汽车金融服务传递体系分析	197

一、服务传递的概念	197
二、汽车金融的服务传递过程	197
三、完善汽车金融的服务传递体系	200
第六节国内外汽车金融服务盈利模式分析	202
一、国外汽车金融服务盈利模式研究	202
二、国内汽车金融服务盈利模式研究	205
三、国外汽车金融盈利模式借鉴	206
第七节国际汽车金融发展趋势及经验借鉴	208
一、国际汽车金融现状及模式	208
二、国际汽车金融发展趋势	210
三、借鉴意义	212
 第八章二手车交易业发展分析	 213
第一节二手车交易业的发展现状	213
一、中国二手车市场现状	213
二、中国二手车市场展望	215
第二节 2012-2013年二手车交易市场发展分析	219
一、2012年我国二手车交易规模	219
二、2013年上半年中国二手车市场情况分析预测	220
第三节二手车交易业的发展趋势	222
一、2013年二手车发展趋势	222
二、2013年二手车鉴定评估规范有望年内出台	224
三、2013年商务部将采取五大措施加快培育二手车市场	225
四、二手车交易市场规模及交易主体	226
第四节二手车市场营销模式探析	231
一、国外二手汽车市场的主要特点	231
二、中国二手汽车市场存在的问题	232
三、二手汽车市场营销模式探析	233
四、特许经营：二手车的新征途	234
第五节二手车业务发展策略研究	238
一、国外二手车市场发展概况	238
二、我国二手车市场发展形势分析	239

三、我国二手车市场现阶段存在的问题	240
四、二手车业务发展策略	242
第九章汽车租赁业发展分析	244
第一节汽车租赁业发展现状	244
一、中国汽车租赁业发展前景	244
二、汽车租赁业发展存在的问题	245
三、国内汽车租赁业的发展对策	245
四、汽车租赁业在中国的发展现状	247
第二节 2012-2013年汽车租赁业的发展分析	249
一、2012年中国汽车租赁市场分析	249
二、2013年大众汽车进军租赁业务	249
三、2013年中国汽车租赁市场竞争格局	249
四、2013年上海启动电动汽车租赁业务	253
第三节汽车租赁业的发展趋势	256
一、限购政策刺激汽车租赁市场火爆	256
二、2015年我国汽车租赁市场规模预测	258
三、中国电动车租赁模式发展潜力巨大	258
第四节汽车租赁企业的经营战略分析	261
一、规模战略	261
二、价格战略	263
三、营销战略	264
四、营运管理战略	266
五、风险分解战略	268
第十章汽车保险业发展分析	270
第一节汽车保险业发展现状	270
一、全球汽车保险业的发展分析	270
二、影响车险保费的因素	275
三、汽车保险的个性化分析	275
第二节 2012年汽车保险业的发展分析	276
一、2012年我国车险市场概况	276

二、2012年车险新规促完善赔偿机制	278
三、2012年保监会正推动“汽车保险代理专业化”	281
第三节 2013年车险市场预测	282
一、2013年我国车险市场展望	282
二、2013年电动汽车保险产品引关注	283
三、2012年车险利润空间分析	283
四、2013年车险承保利润下滑进程将缓解	286
第四节汽车后市场保险服务的特点以及对策分析	287
一、汽车后市场保险服务的特点	287
二、汽车后市场保险服务的对策	288
第五节我国车险营销出现的新特征及营销对策探讨	290
一、我国机动车辆保险营销出现的新特征	290
二、我国机动车辆保险营销面临的困境及对策建议	291
 第十一章加油站行业发展分析	 293
第一节我国加油站发展概况	293
第二节 2011-2013年石化“三巨头”加油站发展分析	293
一、中石化、中石油加油站发展情况分析	293
二、2011-2012年中海油加油站发展情况	295
三、2012年神华正式进入成品油零售战局	296
四、2013年中石化将建千座加油站	297
五、2013年中石油加油站改革情况分析	299
第三节 2011-2013年民营加油站发展情况分析	301
一、2011年民营加油站发展分析	301
二、2011年民营加油站政策瓶颈	302
三、2012年民营加油站发展前景	303
四、2012年民营加油站发展分析	303
五、2012年外资搅动新一轮油站并购潮	304
六、2013年亚洲最大精炼油企业入渝建加油站	306
 第三部分 行业竞争分析	
第十二章汽车服务业竞争分析	308

第一节 2013年汽车服务业竞争分析	308
一、从产品到服务——新时代的企业竞争	308
二、2013年汽车服务业竞争现状	309
三、汽车服务业竞争趋向理性	310
第二节汽车服务业竞争市场分析	312
一、2013年售后服务将成竞争第一战场	312
二、汽车售后市场进入品牌的竞争时代	313
三、中国汽车美容养护竞争开始进入品牌时代	314
四、内外资企业争相抢占汽车连锁服务市场	315
五、2013年汽车售后服务终端店如何平衡与4S店竞争	317
 第十三章中国汽车服务行业优势企业分析	 319
第一节梅州博智汽车售后服务有限公司	319
一、公司概况	319
二、公司技术优势	320
第二节新疆斯巴鲁汽车售后服务有限公司	320
第三节保定市长城汽车售后服务有限公司	321
第四节上海东昌汽车售后服务有限公司	321
 第四部分 行业发展趋势及策略	
第十四章 2014-2020年汽车服务行业发展趋势预测	323
第一节中国汽车服务行业发展趋势	323
一、以养代修	323
二、一站式服务	323
三、规范化管理	323
四、差异化营销	323
五、多元化发展	324
第二节 2014-2020年中国汽车服务业前景展望	324
一、国外汽车售后服务业趋势分析	324
二、汽车售后市场的发展前景	325
三、中国汽车服务行业走向整合	325
第三节 2014-2020年中国汽车服务业发展预测	325

一、2013年汽车服务业面临“大考”	325
二、2013年中国汽车售后服务业存在的问题	327
三、汽车售后服务尚需多方面改进	327
四、汽车召回条例出台促使中国汽车售后服务市场变革	329
五、2014-2020年中国汽车后市场的发展趋势	330
 第十五章 2014-2020年汽车服务行业发展及投资策略	334
第一节 中国汽车服务业发展面临的问题及对策分析	334
一、我国汽车服务市场发展面临的问题	334
二、我国汽车服务市场发展对策	335
第二节 我国汽车服务业连锁经营道路	335
一、目前我国汽车服务业的现状及其存在的问题	336
二、连锁经营管理的竞争优势	337
三、对我国汽车服务业连锁经营建议和对策	338
四、结语	341
第三节 汽车服务业中的服务补救措施	341
一、当前汽车服务业存在的主要问题	341
二、服务补救在汽车服务中的作用和运作模型及策略	342
三、基于服务补救理论对汽车服务业提出的几点建议	344
第四节 汽车4S营销模式现状及对策研究	345
一、4S店的内涵特征及其在国外发展现状	345
二、我国汽车4S店营销模式现状	346
三、我国汽车4S店经营中存在的问题	347
四、完善我国汽车4S营销模式的相应对策	348
五、服务营销在国内汽车4S店中的运用	349
第五节 我国汽车服务业的投资机会	354
一、我国汽车后市场投资机会	354
二、汽车金融	355
三、二手车交易	357
四、汽车信息服务	357
五、汽车资讯	359
六、智能交通	359

七、汽车娱乐	360
八、汽车俱乐部	360
九、汽车文化	360
第六节汽车服务业发展动向和市场机会	361
一、发展面临最佳时机	361
二、美容、维修产业格局和发展趋势	362
三、汽车连锁服务存在因素分析	363
四、汽车连锁经营服务运作的三个关键	364
五、谁能成为中国汽车连锁服务的扛旗者	367

图表目录

图表：汽车产业链示意图	16
图表：2007-2013年我国季度GDP增长率	19
图表：2009-2013年我国三产业增加值季度增长率	20
图表：2009-2013年我国工业增加值走势图	21
图表：2009-2013年固定资产投资走势图	22
图表：2009-2013年我国各地区城镇固定资产投资累计同比增长率	23
图表：2010-2013年我国社会消费品零售总额走势图	24
图表：2008-2013年我国社会消费品零售总额构成走势图	24
图表：2009-2013年我国CPI、PPI运行趋势	25
图表：2008年-2013年企业商品价格指数走势	25
图表：2008-2013年进出口走势图	26
图表：2009-2013年我国货币供应量	27
图表：2010-2013年我国存贷款同比增速走势图	27
图表：1978-2012年我国经济发展主要指标变化趋势	32
图表：2006-2012年我国城乡居民收入消费总趋势	33
图表：20062011城镇和农村居民消费支出结构	33
图表：盈利模式构建的一般流程	57
图表：2012年全球汽车十大生产国排名	72
图表：2012年全球汽车产量统计（分国家地区）	72
图表：2012年1-12月中国汽车产量对比图	84
图表：2012年1-12月中国汽车销量对比图	85

图表：2011年1月～2012年12月我国汽车月度销量及同比增速	85
图表：2011年1月～2012年12月我国乘用车月度销量及同比增速	86
图表：2011年1月～2012年12月我国乘用车主要车型分月度销量增速	87
图表：2011年1月～2012年12月我国商用车月度销量及同比增速	88
图表：2011年1月～2012年12月我国客车月度销量及同比增速	88
图表：2011年1月～2012年12月我国货车月度销量及同比增速	89
图表：2011年1月～2012年12月我国汽车（含底盘）进口量及同比增速	90
图表：2011年1月～2012年12月我国汽车（含底盘）出口量及同比增速	90
图表：2011年1月～2012年12月我国各月度分国别乘用车销售份额	91
图表：2011年1月～2012年12月汽车行业固定资产投资额及同比增速	92
图表：2009年1季度～2012年4季度汽车行业收入和利润及同比增速	92
图表：2006-2013年我国汽车销售量及增速预测	97
图表：2005-2013年我国乘用车销售量及增速预测	98
图表：2005-2013年我国商用车销售量及增速预测	99
图表：2006-2013年汽车（含底盘）进口量及增速预测	101
图表：2006-2013年汽车（含底盘）出口量及增速预测	101
图表：2005-2013年我国汽车制造业销售收入和利润及增速预测	102
图表：2012-2013年汽车行业相关指标预测结果	103
图表：商业银行和汽车金融公司优缺点比较	163
图表：汽车经销商金融服务需求	166
图表：基于信息流与资金流监管的库存融资服务模式	167
图表：2011年汽车消费金融市场分析	169
图表：2008-2011年商业银行个人汽车消费贷款余额	169
图表：2015年汽车消费金融市场预测	170
图表：贷款信用状况及概率分布	193
图表：服务传递示意图	197
图表：汽车金融主体关系图	198
图表：贷款购车流程	199
图表：汽车金融服务传递过程图	200
图表：2000-2012中国二手车市场年度交易规模	213
图表：中国机动车保有量情况	214
图表：美国二手车市场交易转化流程	216

图表：租赁公司分类 248

图表：经营性租赁公司示例 248

图表：一台30万的车辆计算其五年内的指导价格 264

图表：汽车服务补救措施的作用机理 342

图表：服务补救模型 343

图表：汽车服务营销体系 352

详细请访问：<http://www.cction.com/report/201405/104905.html>